



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan dunia usaha pada saat ini, maka di Indonesia juga mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat akan mendorong semakin meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Hal ini memacu tiap perusahaan untuk saling berlomba memasarkan produk perusahaan serta memikirkan bagaimana cara penjualan yang efisien dan efektif agar produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat sehingga akan mengarah untuk suatu transaksi.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran barang berwujud tidak akan mengalami kesulitan untuk memasarkan produk mereka. Hal ini disebabkan karena barang jadi dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh konsumen dan kebanyakan barang tersebut merupakan barang-barang yang dibutuhkan konsumen. Tetapi kalau perusahaan tersebut bergerak di bidang pemasaran benda yang tidak berwujud maka akan mengalami kesulitan untuk memasarkan produk mereka. Hal ini disebabkan karena benda tersebut tidak dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Misal asuransi jiwa, dimana konsumen baru dapat menikmati manfaatnya di masa yang akan datang.

PT. ASTRA CMG LIFE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa asuransi. Perusahaan ini merupakan anak

perusahaan ASTRA dan memiliki beberapa perwakilan di seluruh Indonesia dan salah satunya terletak di Surabaya.

Adapun penulis memilih PT. ASTRA CMG LIFE untuk diteliti karena perusahaan tersebut dalam kenyataannya sering mengalami kesulitan untuk memasarkan produk asuransi jiwa. Hal ini antara lain disebabkan banyak perusahaan asuransi jiwa yang mempunyai image yang kurang baik di mata masyarakat. Masyarakat melihat dari berbagai kasus yang sudah terjadi dimana banyak perusahaan asuransi yang susah sekali untuk mengeluarkan klaim.

Sebab itulah peranan agen asuransi di PT. ASTRA CMG LIFE sangat dibutuhkan didalam memasarkan produk asuransi. Agen asuransi harus bekerja secara profesional, karena kesalahan seorang agen asuransi akan berakibat buruk bagi nama PT. ASTRA CMG LIFE sendiri sehingga perusahaan tersebut tidak akan dipercaya oleh konsumen lagi.

Seorang agen asuransi harus menguasai berbagai disiplin ilmu. Misalkan ilmu berkomunikasi yang baik dengan calon pembeli. Seperti yang diketahui bahwa seseorang yang bekerja di asuransi juga mempunyai citra yang buruk dimata masyarakat. Banyak orang yang menyangka bahwa semua agen asuransi terutama asuransi jiwa selalu menghalalkan segala cara demi mendapatkan klien misal dengan memberikan service plus kepada klien.

Dalam memasarkan produk asuransi PT. ASTRA CMG LIFE, seorang agen harus melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada konsumen dengan cara melakukan kunjungan. Dengan kunjungan yang dilakukan, diharapkan



akan diketahui seberapa besar rasa ketertarikan konsumen/prospek terhadap produk PT. ASTRA CMG LIFE yang ditawarkan. Jika seorang konsumen sudah mulai tertarik, maka langkah selanjutnya adalah memberikan informasi kepada konsumen antara lain: profil perusahaan, jenis produk yang akan ditawarkan, serta besarnya premi yang harus dibayar. Jika konsumen sudah setuju, maka transaksi bisa segera dilakukan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh persepsi dan kualitas layanan terhadap nilai pertanggungan pada PT. ASTRA CMG LIFE di Surabaya.

## **2. Perumusan Masalah**

Pada penelitian yang dilakukan penulis di PT. ASTRA CMG LIFE masalah utama yang sering dihadapi adalah persepsi dan kualitas layanan tidak sesuai dengan nilai pertanggungan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan masalah yang dihadapi perusahaan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap nilai pertanggungan.
2. Diantara persepsi dan kualitas layanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap nilai pertanggungan.

### 3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini baik bagi peneliti maupun bagi badan usaha adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap nilai pertanggungan.
2. Untuk mengetahui diantara persepsi dan kualitas layanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap nilai pertanggungan.

### 4. Manfaat Penelitian

#### a. Bagi PT. ASTRA CMG LIFE

Untuk memberikan masukan informasi yang berguna bagi badan usaha dilihat dari persepsi masyarakat terhadap asuransi, sehingga pihak manajemen dapat membina agennya agar dapat memasarkan produk dengan baik sehingga target yang diharapkan dapat tercapai.

#### b. Bagi penulis

Sebagai bahan perbandingan antara ilmu pengetahuan teoritis yang didapat selama perkuliahan dengan praktek dan kenyataan yang ada didalam perusahaan mengenai pengaruh persepsi dan kualitas layanan.

#### c. Bagi pembaca

Agar dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca sehingga diharapkan akan mengurangi persepsi yang salah tentang asuransi.

## 5. Sistematika Skripsi

Agar lebih mudah untuk memahami isi skripsi ini, maka dalam penulis menyusunnya dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

### BAB 1 : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

### BAB 2 : Tinjauan Pustaka

Terdiri dari landasan teori yang mendukung serta menjadi dasar penulisan sebagai tuntutan untuk memecahkan masalah, serta dibahas juga mengenai hipotesis dan model analisis.

### BAB 3 : Metode Penelitian

Terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data.

### BAB 4 : Analisis dan Pembahasan

Terdiri dari: gambaran umum perusahaan yang menjadi obyek penelitian, deskripsi data, analisa data dan pembahasan.

### BAB 5 : Simpulan dan Saran

Pada bagian ini terdiri dari simpulan dan saran.